



КОНВЕРГЕНЦИЯ В МЕДИАСРЕДЕ: ПОНЯТИЕ И ТИПЫ

И. И. Карпенко

*Белгородский
государственный
национальный
исследовательский
университет*

*e-mail:
karpenkoirina@bsu.edu.ru*

В статье рассматриваются различные концепции конвергенции. Особый акцент делается на рассмотрении типов конвергенции в медийной среде.

Ключевые слова: конвергенция, медиаконвергенция, СМИ, цифровизация, интернет-коммуникация.

Понятие конвергенции пришло в журналистскую науку из смежных областей знаний. Во второй трети прошлого века теория конвергенции, будучи заимствованной из языкознания, биологии и этнографии [5, с. 11], нашла свое отражение в области экономики и социологии. В 1940-х гг. немецкий экономист Вальтер Ойкен впервые выдвинул концепцию конвергентного характера развития человечества. В следующем десятилетии эта теория нашла продолжение в трудах Уолта Ростоу, американского социолога Питирима Сорокина, французского ученого Р. Аарона и известного американского социолога Д. К. Гэлбрейта, голландского экономиста, лауреата Нобелевской премии Я. Тинбергена, французского философа П. Т. де Шардена и немецких исследователей Д. Шельского и О. Флехтхайма.

В социологической теории конвергенции рассматривалось взаимодействие и взаимовлияние двух идеологически противоположных общественных и экономических систем – капитализма и социализма – в ходе научно-технической революции как главного фактора движения этих систем к некоей «гибридной, смешанной системе» [12].

Кульминацией в принятии учеными теории общественно-политической конвергенции стала работа американского исследователя Дэниела Белла «Конец идеологии», вышедшая в 1962 г. В работе ученый выдвинул гипотезу о том, что возникшее общество нового типа будет опираться на технологии знаний и на информационную индустрию – две важнейшие составляющие будущей экономики.

Один из вариантов теории конвергенции принадлежит академику Андрею Дмитриевичу Сахарову. В конце 1960-х гг. Сахаров считал сближение капитализма и социализма, сопровождающееся демократизацией, демилитаризацией, социальным и научно-техническим прогрессом, единственной альтернативой гибели человечества, связывая теорию со стремлением преодолеть раскол мира и предотвратить угрозу термоядерного конфликта [4].

Гипотеза общественно-политической конвергенции положила начало последующим концепциям и представлениям об информационном обществе и дальнейшем ее переосмыслениям.

С 1970-х гг. это понятие все чаще употребляется для обозначения интеграции информационных и коммуникационных технологических устройств – компьютеров, телефонов, телевизоров.

«Дальнейшее развитие термин получил в ходе дискуссий о дерегулировании телекоммуникационного рынка в США и вещательного рынка в Западной Европе в 1980-х гг. Но только в 1990-х гг. быстрое внедрение Интернета в повседневную жизнь миллионов людей придало дискуссиям о конвергенции широкий практический смысл» [5, с. 11].



Сегодня термин «конвергенция» используется при описании различных интегрирующих процессов, не обязательно связанных с политикой или экономической сферой.

Конвергенция понимается как системные магистральные изменения в структуре, функционировании и других сферах деятельности массмедиа. Представляясь современным исследователям в этой области процессом, который уже внес кардинальные изменения в систему современных средств массовой информации, обсуждение проблем конвергенции занимает в научных дискуссиях центральное место. Такой интерес к конвергенции объясняется многоплановостью и неоднозначностью трактовок как самого явления, так и процессов, связанных с трансформацией существующего информационно-коммуникационного пространства и известных способов передачи информации.

Наиболее четко представления о конвергенции, близкой к конвергенции медиа, высказал в своей работе «Социальные рамки информационного общества» американский социолог и публицист Д. Белл. Он сравнил две, уже известные человечеству, формы коммуникации: первая – почта, газеты, журналы и книги, т. е. средства, которые печатались на бумаге и распространялись методом физической транспортировки, хранились в библиотеках, и вторая – телеграф, телефон, радио и телевидение, где закодированные сообщения или речь передавались средствами радиосигналов либо по кабельной связи от человека к человеку. «Сейчас технологии, некогда существовавшие в разных областях применения, стирают эти различия, так что потребители информации получают в свое распоряжение множество альтернативных средств» [2, с. 334]. Далее ученый предполагает, что «слияние воедино технологий телефона, компьютера, факсимиле, кабельного телевидения и видеодисков будет вести ко все более глубокой реорганизации способов коммуникации между людьми, к сокращению, если не к полной ликвидации бумаги в качестве материального носителя информации, к новым способам проведения досуга, к реорганизации образования на основе компьютерного обучения и широкого распространения видеодисков» [Там же, с. 336].

Белл выделяет ряд основных проблем, связанных с конвергенцией и отражающих в той или иной степени современные тенденции конвергенции в области медиа:

- слияние телефонных и компьютерных систем, телекоммуникаций и обработки информации в одну модель;
- замена бумаги электронными средствами, включая электронные банковские услуги вместо использования чеков, электронную почту, передачу газетной и журнальной информации факсимильными средствами и дистанционное копирование документов;
- расширение телевизионной службы через кабельные системы со множеством каналов и специализированными услугами, что позволит осуществлять прямую связь с домашними терминалами потребителей;
- реорганизация хранения информации и систем ее запроса на базе компьютеров в интерактивную информационную сеть, доступную для исследовательских групп;
- прямое получение информации из банков данных через библиотечные и домашние терминалы;
- расширение системы образования на базе компьютерного обучения, использование спутниковой связи для сельских местностей, особенно в слаборазвитых странах;
- использование видеодисков как для развлечений, так и для домашнего образования [Там же, с. 336].

Еще одним ученым, отметившим в своих работах особую роль средств массовой информации и коммуникации в развитии общества, является М. Кастельс. Пришедшая на смену «галактике Гуттенберга» «галактика Маклюэна»*, по мнению

* Термины, введенные М. Кастельсом для обозначения различных систем коммуникации: в первом



ученого, обладала явными недостатками: так, телевизионная коммуникация имела однонаправленную специфику. «СМИ представляют собой однонаправленную коммуникационную систему; поэтому реального процесса коммуникации как взаимодействия передающей и получающей стороны при интерпретации сообщения нет» [9, с. 218]. Компьютерная коммуникация во многом перекрыла имеющиеся у первой недостатки: «Впервые в истории в одной и той же системе объединяются письменные, устные и аудиовизуальные коммуникации. Потенциальная интеграция в одной и той же системе текстов, изображений и звуков, взаимодействующих из множества различных точек, в избранное время,... в глобальной сети и в условиях открытого доступа, фундаментально меняет характер коммуникации» [Там же, с. 318]. Коммуникация в новых конвергентных средствах массовой информации, быстрая реакция на происходящие события приводит, по мнению М. Кастельса, к видимому ускорению течения времени, сжатию расстояния между прошедшими событиями и настоящим моментом.

Согласно концепции норвежского исследователя в области преобразований массовых коммуникаций А. Д. Эрдала, конвергенция проходит на нескольких уровнях:

- технологическом;
- организационном;
- медийном [13, p. 55].

Суть *технологической* конвергенции состоит в слиянии технологий, позволяющих разным техническим носителям – кабельным или телефонным сетям, беспроводной спутниковой связи – доставлять информацию пользователю или потребителю. В основе технологической конвергенции медиа лежит процесс преобразования в цифровую форму* систем производства, которое позволяет содержанию выходить за границы одного СМИ, «уравнивать» печатное слово и движущееся изображение» [5, с. 11], другими словами – совмещение различных типов информационно-коммуникационных технологий и способов представления информации (звука, текста и изображения), которая организуется и передается с помощью этих технологий. Данный тип конвергенции всегда имеет в виду как конечную цель интеграцию информационно-коммуникационных технологий, то есть их полное объединение в одно целое. Отличие конвергенции от интеграции достаточно очевидно: конвергенция предполагает «асимптотический» процесс, который может и не завершиться полным слиянием. «Цифровой формат содержания позволяет осуществлять его распространение в различных формах вне зависимости от конкретной индустрии СМИ и технологических платформ» [11, с. 206].

В работе «Медиаэкономика зарубежных стран» Е. Л. Вартанова отмечает, что информационно-коммуникационные технологии становятся важнейшим фактором преобразования современного общества [6, с. 284]. В процессе дигитализации «практически любой информационный продукт может принимать любую медиаупаковку» [11, с. 206]. В конечном итоге, технологическая конвергенция ведет к миниатюризации как техники, так и самого информационного продукта. «Наряду с традиционными формами, в которых существуют СМИ, – книгой, газетой, журналом, теле- и радиопередачей, аудио- и видеокассетой, медиасодержание сегодня может принимать офлайновую (компакт-диск, DVD) или онлайновую (сетевая газета или портал) медиаформу» [6, с. 289].

Суть *организационной* конвергенции заключается в слиянии как внутри одного сектора экономики, так и в различных сегментах рынка, интегрирование медиасектора с телекоммуникационными секторами, профиль производства бытовой техники или информационных технологий. Это делается с целью раздвижения границ

случае – система с доминированием типографских процессов, во втором – преобладание телевизионной продукции в сфере средств массовой информации.

* Дигитализация (син. цифровизация) – перевод содержания во всех его формах (текст, графика, звук) в цифровой формат, двоичный компьютерный код (0-1).



влияния на рынке. Яркими примерами подобных слияний являются слияние двух крупнейших медийных корпораций – канадского холдинга Thomson Corp. и британского информационного агентства Reuters (2008 г.) и объединение интернет-провайдера America Online (AOL) с медийной корпорацией TimeWarner. Последнее пока остается не только крупнейшим в истории (186 млрд. долл.), но и позиционируется как объединение «старой» и «новой» «корпоративной Америки» (старых и новых отраслей американской экономики) [10].

В результате подобных слияний создается новый интегрированный рынок, на котором неразрывными связями скрепляются мультимедийные услуги, обслуживание в Сети, создание программных продуктов и организаций, обслуживающих сбор и распространение информации. О цели подобных слияний верно писал Я. Н. Засурский: «Налицо соединение электронных компаний, телекоммуникационных провайдеров Интернета с компаниями, производящими информационный продукт и выпускающими газеты, радио- и телепередачи. Главное заключается в возможности получить доступ к содержанию» [7, с. 217].

Появление цифровых высокотехнологичных платформ коммуникации и развитие новой информационно-коммуникационной среды детерминировало возникновение такого феномена, как медиаконвергенция. Современные ученые определяют новое явление как сближение и дальнейшее слияние «традиционных» средств массовой информации (периодической печати, радиовещания и телевидения) при их переводе на единую цифровую платформу» [3, с. 413].

Суть *конвергенции медиа*, которую иначе исследователи называют как «конвергенция на уровне профессиональной журналистики» [1, с. 78] или «медиаконвергенция» [8], проявляется в слиянии разнородных, достаточно отдаленных и разобщенных средств массовой информации, во взаимопроникновении друг в друга различных типов СМИ с дальнейшей возможной «переменой ролей» между разными каналами коммуникации [5, с. 11]. «В результате становится трудно определить, о каком же конкретно медиа идет речь: радио в Интернете, энциклопедия на компакт-диске, видеофильм по каналу кабельного ТВ или электронное рекламное сообщение, принятое на сотовый телефон» [1, с. 79].

Ярким примером такого симбиоза может служить интернет-радио, где в пределах одного информационно-коммуникационного поля функционируют сразу несколько средств массовой информации. Данный феномен сочетает в себе основополагающие черты радиовещательного канала, выраженные чертами печатного СМИ, с возможным присутствием видеосюжетов и черт интерактивной коммуникации.

Подобные тенденции конвергенции преобразуют привычные нам массмедиа в своего рода «гибриды» СМИ и несут в себе много положительных качеств. «Под влиянием процессов дигитализации и конвергенции средства массовой информации приобретают характеристики многоканальности, мультимедийности, интерактивности, способности к отражению происходящих событий в режиме реального времени и непрерывному обновлению информационных ресурсов. Уже сегодня сетевая пресса обладает характеристиками, немислимыми для «традиционных» СМИ: она оснащена звуком, анимацией, гипертекстом, обширными электронными архивами, различными видами обратной связи с аудиторией», – отмечает в коллективной монографии А. П. Короченский [3, с. 413].

Конвергентные процессы в медийной среде на сегодняшний день проходят не только на данных трех уровнях: технологическом организационном и медийном. Конвергенция на сегодняшний день становится опосредующим элементом в размытии жанровых и стилистических границ медиатекстов. Реализуются тенденции конвергенции и в идеях универсализации журналиста, как субъект медийной коммуникации, соединения и взаимозаменяемости социальных ролей аудитории и



журналиста, порождающие субъект-субъектные отношения взамен субъект-объектным.

Данные тенденции настраивают на полицентричность и поликонтекстуальность в изучении средств массовой информации, так как основными областями, затрагивающими конвергентные процессы являются: экономика, социология, культурология и филология. Полагаем, что дальнейшие исследования медиакommunikации могут продолжиться именно в направлении комплексного изучения конвергентного пространства СМИ и СМК.

Список литературы

1. Бакулев Г. П. Конвергенция медиа и журналистика / Г. П. Бакулев. – М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2002. – 108 с.
2. Белл Д. Социальные рамки информационного общества / Д. Белл // Новая технологическая волна на Западе. М. : Прогресс, 1986. – С. 330–342.
3. Беспалова, А. Г. История мировой журналистики. Издание третье, дополненное и исправленное / Беспалова А. Г., Корнилов Е. А., Короченский А. П., Лучинский Ю. В., Станько А. И. – Москва : ИКЦ «МарТ», Ростов-н/Д : Издательский центр «МарТ», 2003. – 132 с.
4. Буртин Ю. Россия и конвергенция. Идеи Сахарова вчера, сегодня, завтра [Электронный ресурс] / Ю. Буртин // Юрий Буртин. Исповедь шестидесятника. – Электрон. дан. – М. – 2009. – Режим доступа : <http://burtin.polit.ru/konverg.htm>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
5. Варганова Е. Л. К чему ведет конвергенция СМИ. / Е. Л. Варганова // Информационное общество. – 1999. – Вып. 5. – С. 11–14.
6. Варганова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран / Е. Л. Варганова. – М., 2003. – 335 с.
7. Засурский Я. Н. Искушение свободой. Российская журналистика: 1990 – 2004 / Я. Н. Засурский. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2004. – 560 с.
8. Короченский А. П. «Пятая власть»? Феномен медиакритики в контексте информационного рынка [Текст] / А. П. Короченский – Ростов-н/Д : Международный институт журналистики и филологии, 2002. – 271 с.
9. Кастельс М. Россия и сетевое сообщество / М. Кастельс, Э. Киселева // Мир России. – 2000. – № 1.
10. Кинякин А. Курс дня. Слияние как тревожный сигнал [Электронный ресурс] / А. Кинякин // Информационное агентство Финмаркет. – Электрон. дан. – М., 2006. – Режим доступа : <http://www.finmarket.ru/z/anl/anlpgv.asp?id=465693>, платный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
11. Луканина, М. В. Текст средств массовой информации и конвергенция / М. В. Луканина // Политическая лингвистика. – Вып. 20. – Екатеринбург, 2006. – С. 205–214.
12. Экономический словарь [Электронный ресурс] – М., 2009. – Режим доступа: <http://abc.informbureau.com/html/eiiaadaaioess.html>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
13. Erdal, I. J. Researching Media Convergence and Crossmedia News Production / I. J. Erdal. // Nordicom Review. – 2007. – № 28. – P. 51 – 61.

CONVERGENCE IN THE SPHERE OF MASS MEDIA: ESSENCE AND TYPES

I. I. Karpenko

*Belgorod National
Research University*

*e-mail:
karpenkoirina@bsu.edu.ru*

The article deals with various concepts of convergence. The emphasis is placed on considering the types of convergence in the media environment.

Keywords: convergence, media convergence, media, digitization, online communication.